

ツイキャス

ライブ配信コミュニケーションプラットフォーム



2025年1月期第1四半期 決算説明資料

モイ株式会社

2024年6月



目次

- 1 2025年1月期 1Q決算概要
- 2 2025年1月期 業績予想
- 3 成長戦略
- 4 Appendix



1 2025年1月期 1Q決算概要

2025年1月期Q1 主なトピック: ユーザー満足度の向上

『ケロロ軍曹』TVアニメ放送20周年を記念した
コラボレーションイベントを実施。



TVアニメ全358話を6日間連続放送



劇場版アニメを日韓同時に放送



日本語・韓国語対応の『ケロロ軍曹』
スタンプが登場



ユーザー参加型コラボキャンペーン
を日韓同時に開催

©吉崎観音/KADOKAWA・BNP・テレビ東京・NAS・BV

季節のイベントに連動した限定アイテム
キャンペーンの実施。



松竹株式会社配給の人気映画作品等の無料
オンライン共同視聴イベントを定期的で開催。



©2014「超高速!参勤交代」製作委員会



©2016「クリービー」製作委員会

2025年1月期Q1 主なトピック：プラットフォームの規模拡大

- メンバーシップオーナー・会員向けの新機能追加、限定コンテンツ提供を実施。



オーナーから誕生日メッセージが届く機能 & ツイキャスで使える会員限定スタンプの登場



人気アニメ映画作品をオーナー・会員限定で同時視聴可能に

©あふろ・芳文社/野外活動委員会

- Vsinger「mÅ」(ミリアンペア)が、「Moi Records」の所属アーティストとしてデビュー。



- 複数の配信者によるライブ配信リレーが簡単に実現できる「バトン」機能を公開。



業績ハイライト

2025年1月期1Q	累計実績	YoY	計画比
ポイントPU	73千	- 4.5%	+ 0.4%
ポイントARPPU	6,509円	- 0.6%	+ 1.0%
ポイント販売売上	1,426百万円	- 4.8%	+ 1.4%
売上高	1,577百万円	- 1.7%	+ 1.2%
実質売上総利益	423百万円	- 0.9%	+ 4.6%
営業利益	45百万円	- 6.1%	+ 160.7%

ポイントPU、ポイントARPPU、ポイント販売売上は、競合環境変化の影響が継続しYoYで減少するも、計画に対しては想定範囲内の推移。

売上高と実質売上総利益は、ポイント販売売上の影響を受けYoYで減少したが、メンバーシップ売上の成長により計画を上振れ。

営業利益は、メンバーシップ売上に連動した手数料と人件費の増加によりYoYで減少するも、売上総利益の上振れとマーケティング費用のスライド等の影響により計画比では大きくプラスで着地。

主なコストの推移

2025年1月期1Q	累計実績	YoY
売上原価 (ユーザー報酬)	775百万円	- 4.5%
手数料	378百万円	+ 3.4%
インフラ	141百万円	- 0.3%
体制強化	154百万円	+ 6.2%
マーケティング	24百万円	- 20.6%

■ 売上原価は、ポイント販売売上に連動して減少。

■ メンバーシップ売上成長の影響でアプリ決済数が増加し、手数料はYoYでプラスに。

■ 平均同時視聴者数の増加による配信トラフィックの増加により、通信費が計画より上振れたが、BCP投資が一段落したことにより、インフラ費用全体としてはYoYで微減。

■ 体制強化費用は、計画通りにYoYで増加。

■ マーケティング費用は、予算の一部を2Q以降にスライドした影響により、YoYで減少。

ポイントPUとポイントARPPUの推移

ポイント販売売上

=

ポイントPU

×

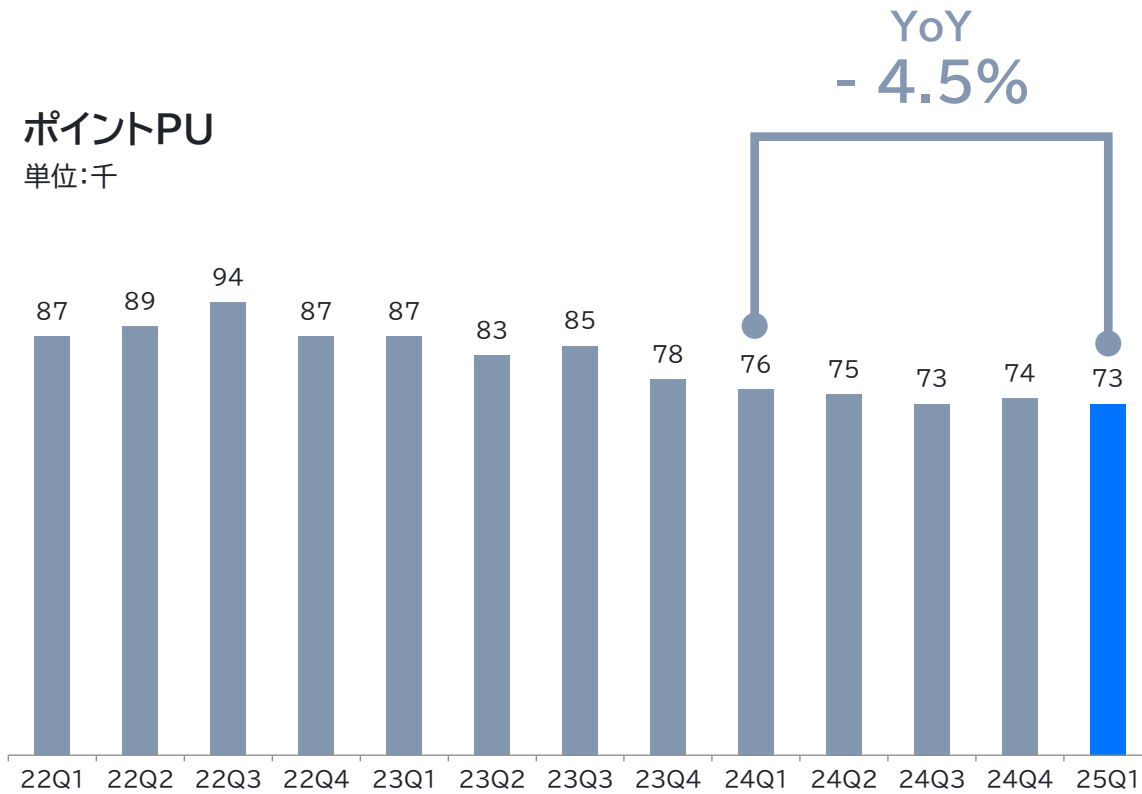
ポイントARPPU

-

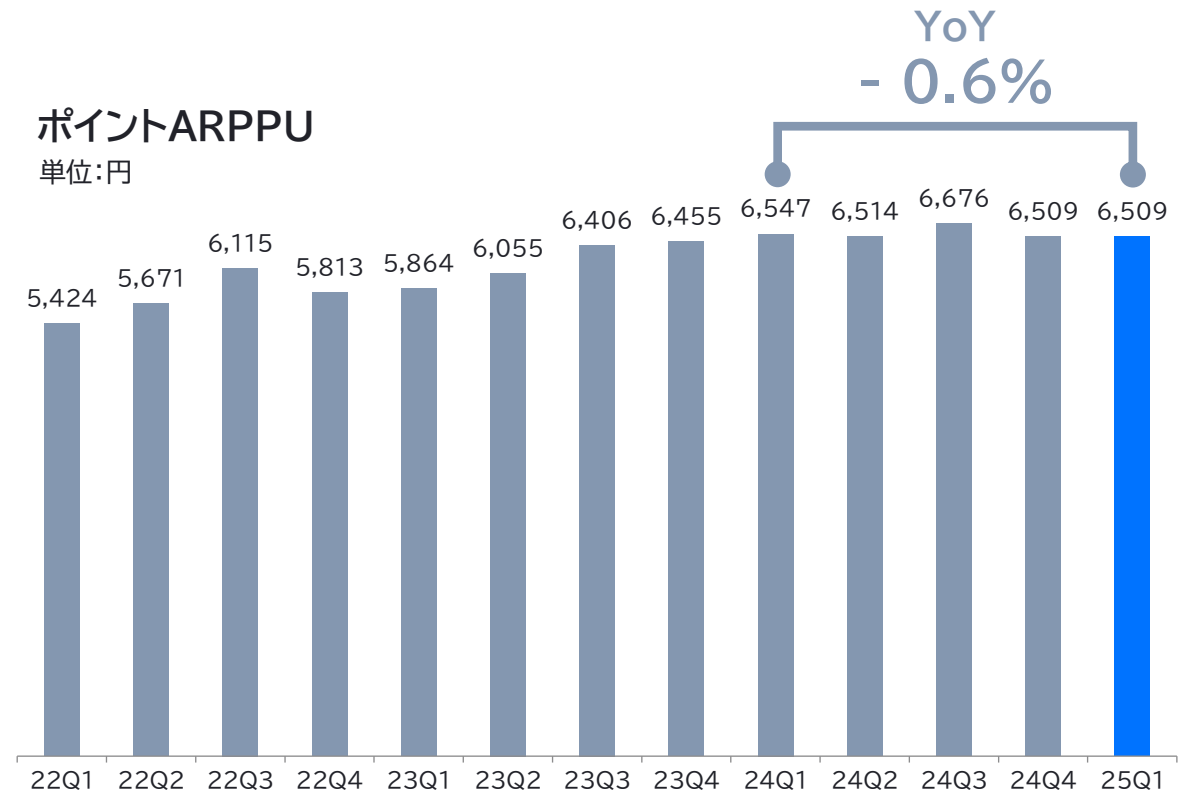
未使用ポイント

- 月間平均ポイントPUは、YoY -4.5%(-3千)の73千に。
- 月間平均ポイントARPPUはYoY -0.6%(-38円)の6,509円に。

ポイントPU
単位:千



ポイントARPPU
単位:円



ポイント販売売上と売上高の推移

売上高

=

ポイント販売売上

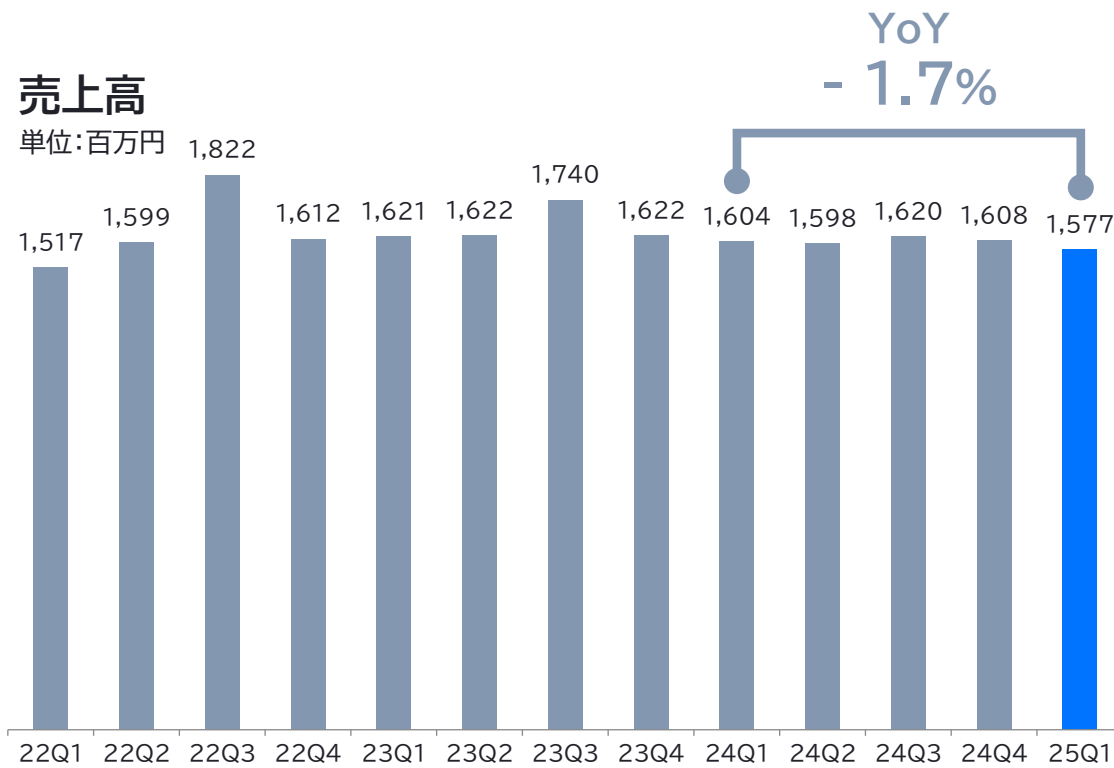
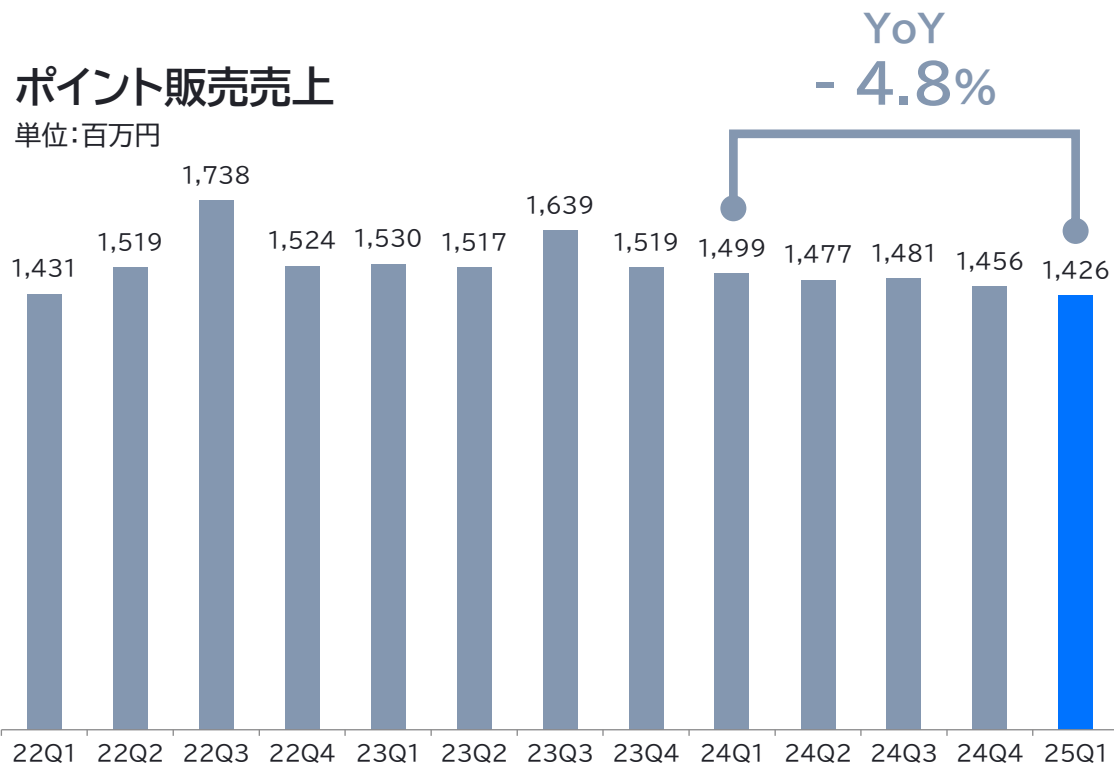
+

メンバーシップ売上

+

プレミアム配信売上

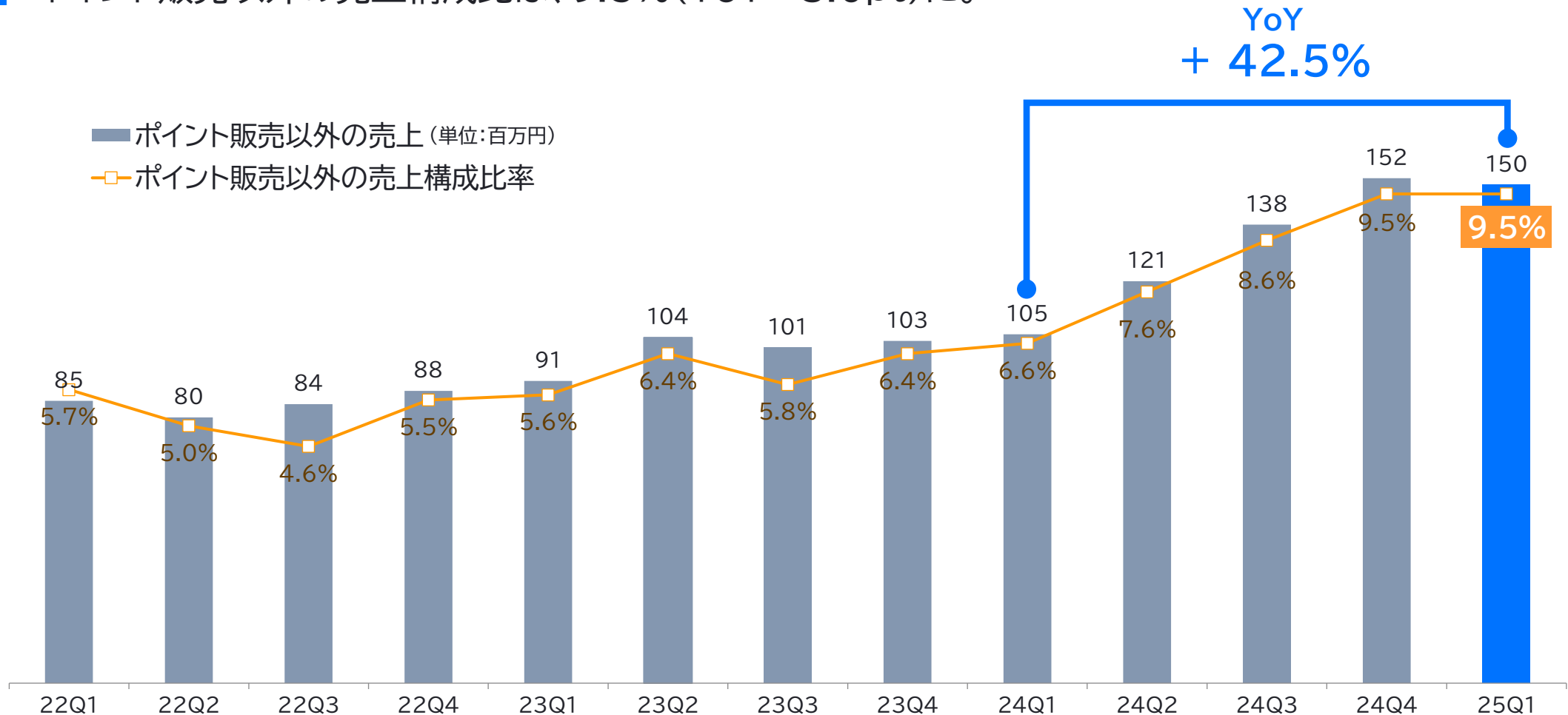
- ポイント販売売上は、YoY -4.8%(-72百万円)の1,426百万円に。
- 売上高は、YoY -1.7%(-27百万円)の1,577百万円に。



ポイント販売以外の売上合計の推移

売上高 = ポイント販売売上 + メンバーシップ売上 + プレミア配信売上

- ポイント販売以外の売上合計は、YoY+42.5%(+44百万円)の150百万円で着地。
- ポイント販売以外の売上構成比は、9.5%(YoY+3.0pt)に。



メンバーシップ売上とプレミアム配信売上の推移

売上高

=

ポイント販売売上

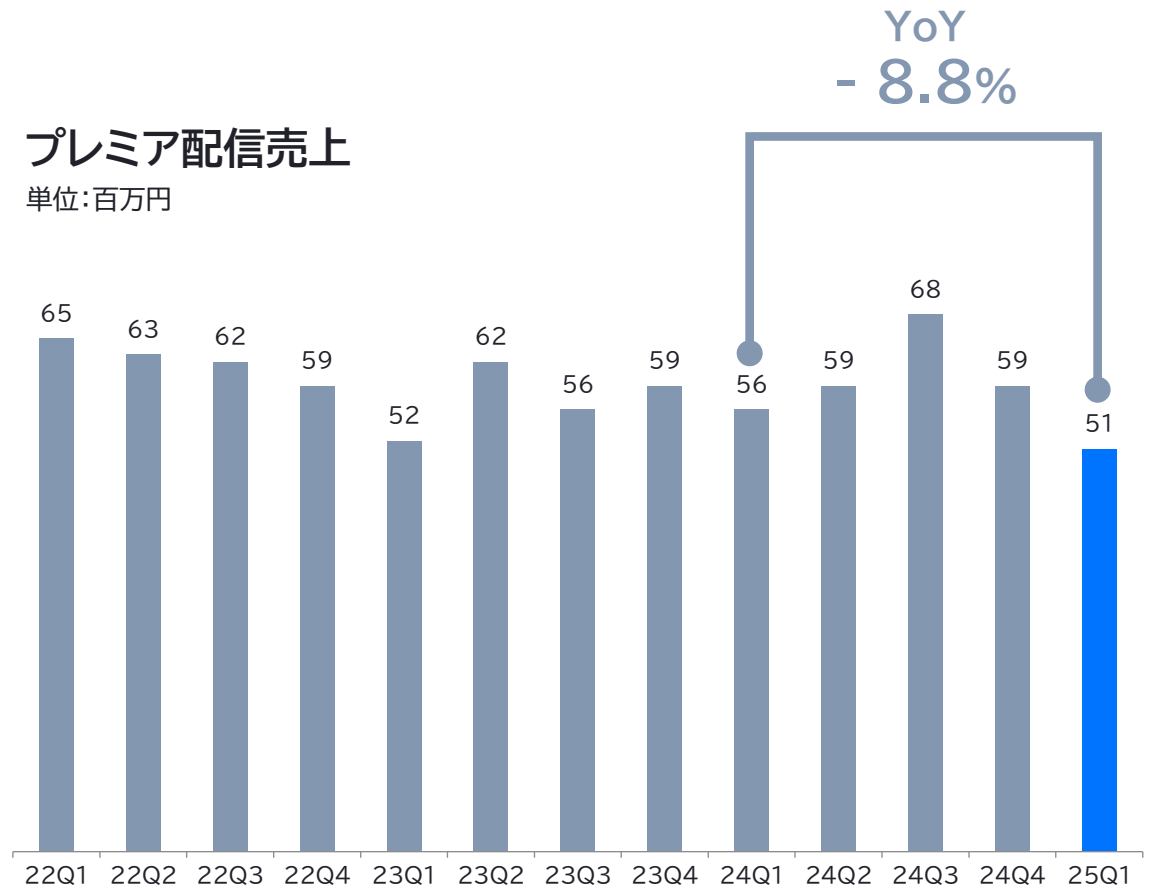
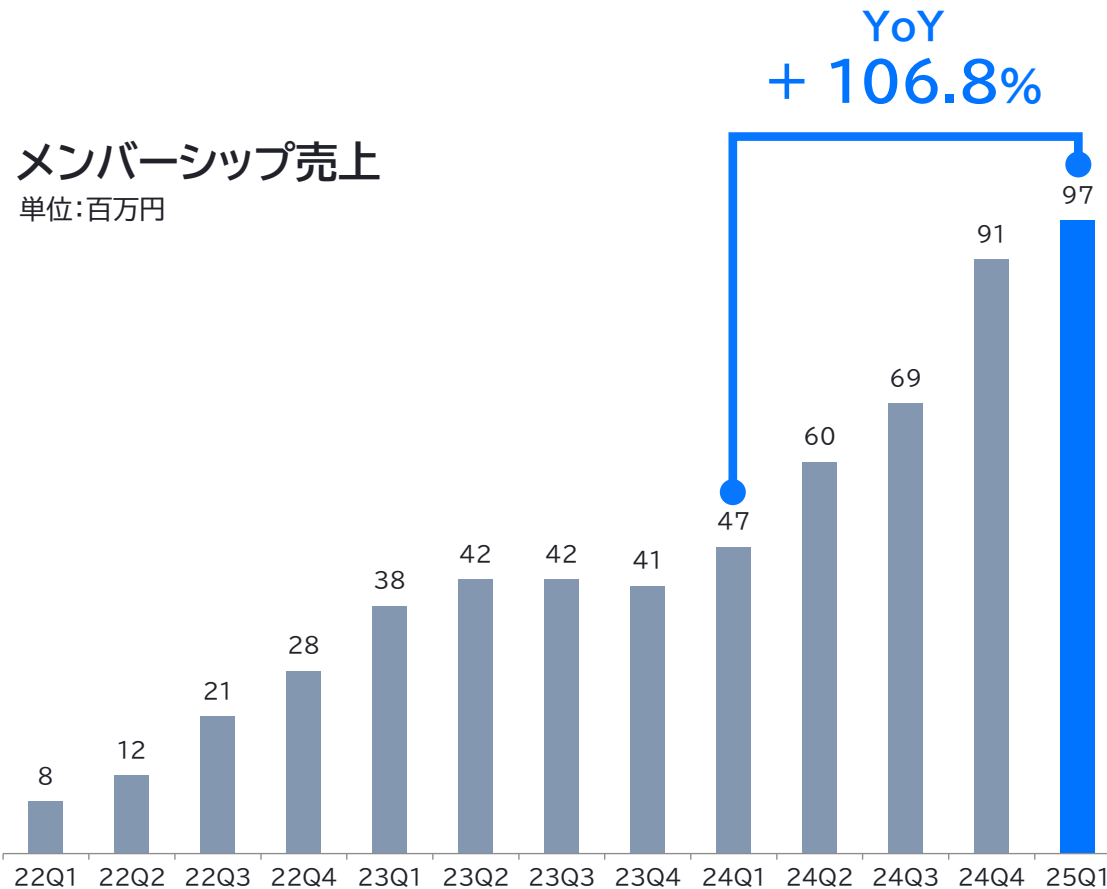
+

メンバーシップ売上

+

プレミアム配信売上

- メンバーシップ売上はYoY +106.8%(+50百万円)の97百万円と成長を継続。
- プレミア配信売上は、YoY -8.8%(-4百万円)の51百万円に。



実質売上総利益の推移

実質売上総利益

=

売上高

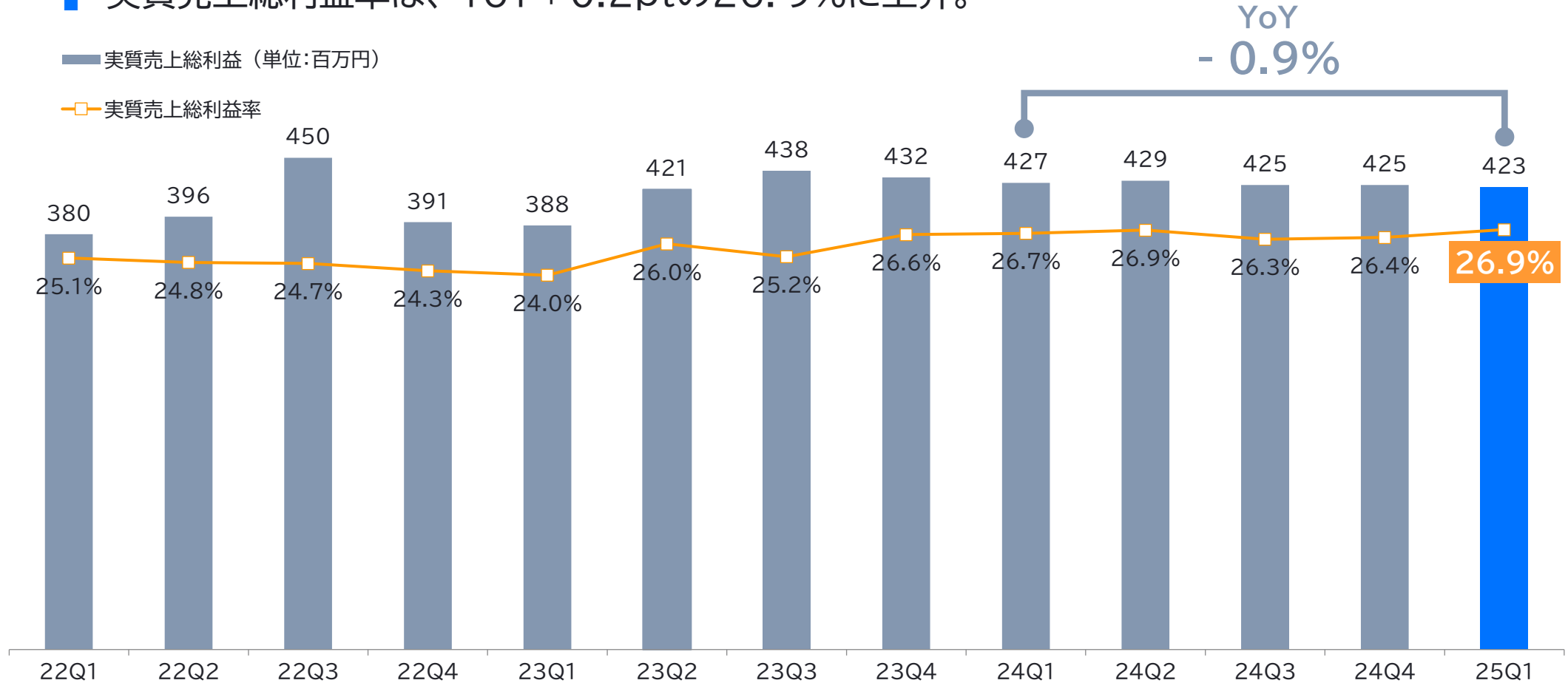
-

売上原価

-

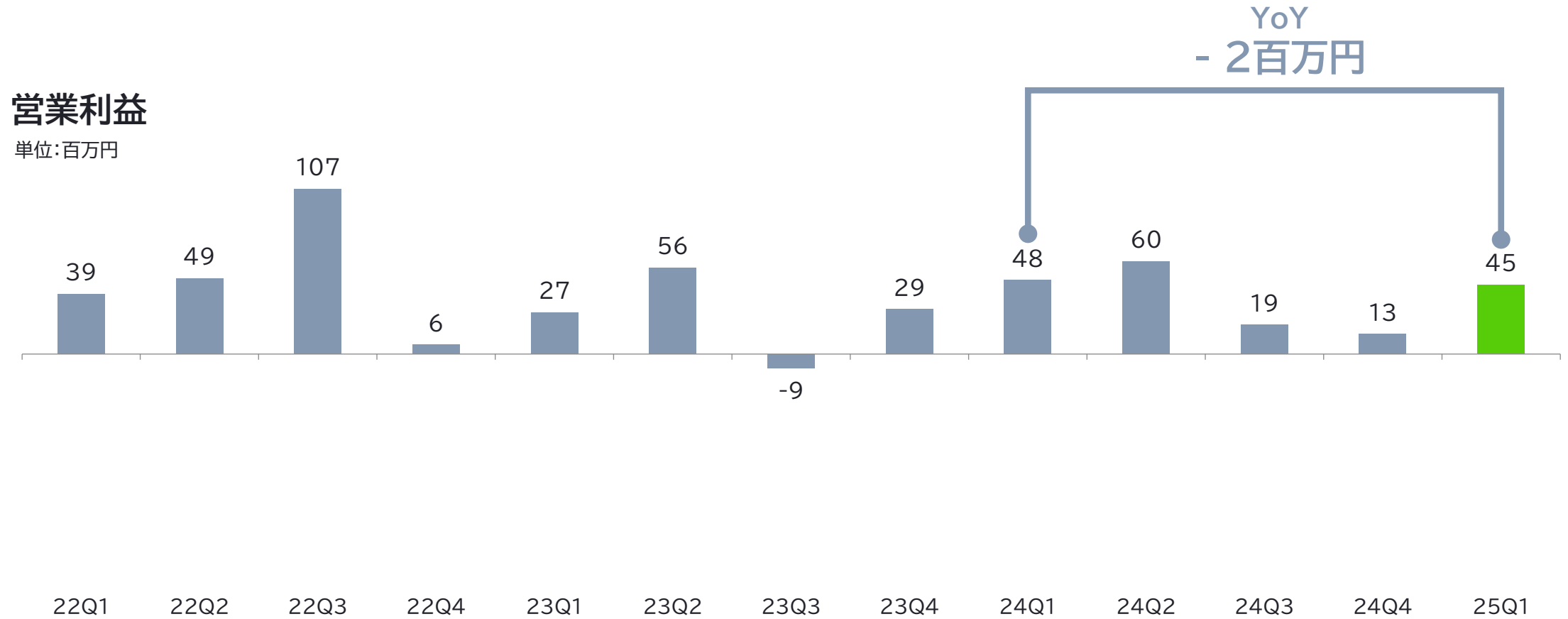
手数料

- 実質売上総利益は、YoY -0.9%(-3百万円)の423百万円に。
 - ポイント販売売上減少をメンバーシップ売上増加がカバー。
 - 実質売上総利益率は、YoY+0.2ptの26.9%に上昇。



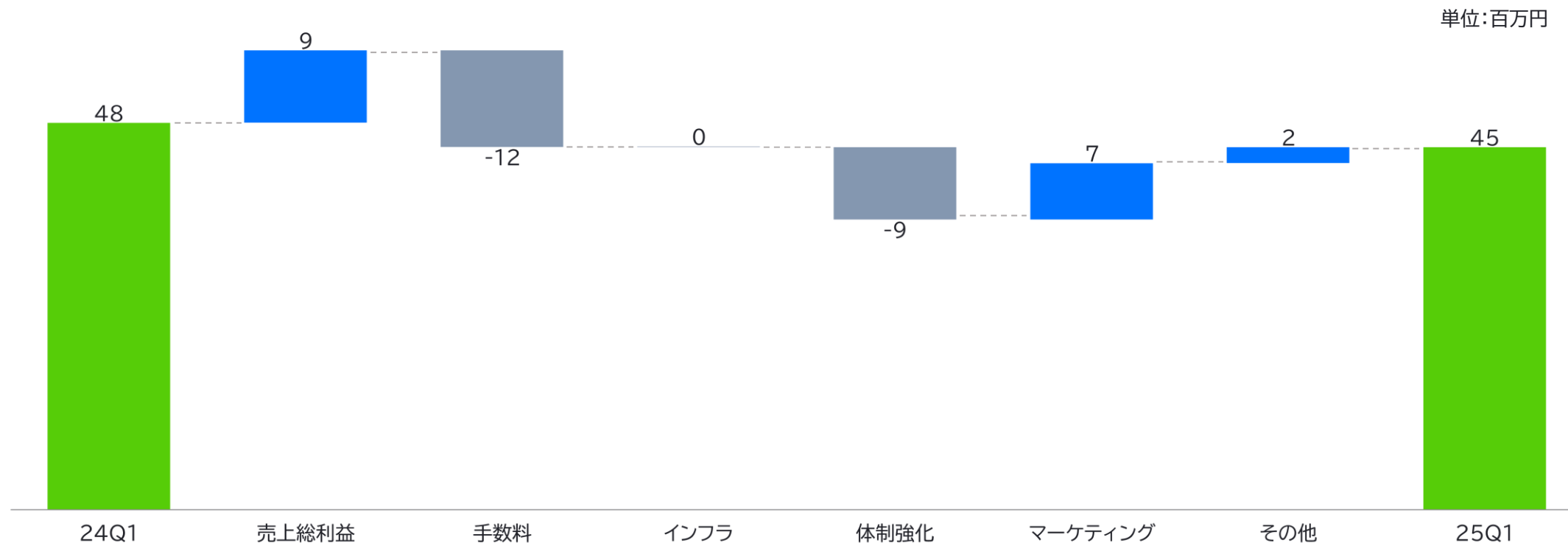
営業利益の推移

■ 営業利益は前年同期から2百万円減少し、45百万円に。



営業利益の増減分析(会計期間)

- メンバーシップ売上成長の影響で、売上総利益が増加(+9百万円)した一方で、メンバーシップの規模拡大に伴うアプリ決済数の増加により、手数料は増加(+12百万円)。
- インフラ費用は想定範囲内に着地したが、主に人件費の増加により体制強化費用は計画通り増加(+9百万円)し、一部予算のスライドによりマーケティング費は減少(-7百万円)。



損益計算書サマリ

- 売上高は減少(YoY -1.7%)、販管費の増加により営業利益も減少(YoY -6.1%)。
- 当期純利益は44百万円(YoY +5.9%)に。
※繰延税金資産の回収可能期間の見直しにより、税金費用が減少。

単位:千円	2024年1月期Q1	2025年1月期Q1	増減	前年同期比
売上高	1,604,932	1,577,106	-27,825	-1.7%
売上原価	811,883	775,248	-36,635	-4.5%
売上総利益	793,048	801,858	8,809	1.1%
販売費及び一般管理費	744,264	756,063	11,798	1.6%
営業利益	48,784	45,794	-2,989	-6.1%
経常利益	50,882	48,401	48,401	-4.9%
税引前当期純利益	50,882	48,401	-2,481	-4.9%
当期純利益	41,785	44,250	2,464	5.9%

貸借対照表サマリ

■ 純資産1,888百万円、自己資本比率51.1%と、財務基盤は、引き続き健全な水準を維持。

単位:千円	2024年1月期末	2025年1月期Q1末	増減
流動資産	3,293,997	3,309,624	15,627
現金及び預金	2,171,016	2,312,126	141,109
売掛金	988,642	929,803	-58,839
固定資産	385,654	388,719	3,064
流動負債	1,835,575	1,810,017	-25,558
買掛金	754,318	720,478	-33,840
預り金	511,230	528,121	16,890
純資産	1,844,077	1,888,327	44,250
負債純資産	3,679,652	3,698,344	18,692
(自己資本比率)	50.1%	51.1%	0.9%

2 2025年1月期 業績予想

2025年1月期の経営方針

- 前期より継続するグローバルSNSプラットフォームのライブ配信利用者増加に伴う競争環境の変化及びクリエイター活動の多様化は、2025年1月期も当社事業に一定の影響を与えることを前提とする。
- 中長期での持続的な事業成長に向けた取り組みに注力する。

プラットフォームの規模拡大

1. コミュニティによって生み出される配信文化の多様性の拡大を推進
2. ユーザーによる経済活動の範囲及び規模の拡大を推進

収益構造の筋肉質化

1. 前期より継続する費用構造の改善をさらに促進
2. 売上高全体に占めるポイント販売以外の売上比率の上昇を加速

2025年1月期業績予想サマリ

- プラットフォームの規模拡大を優先することにより、売上高は保守的な見積。
- 中長期での持続的な成長の基盤強化に向けて、体制強化とマーケティングの領域で投資を継続するため、営業利益、経常利益は減少。
- 繰延税金資産の回収可能性を適正かつ合理的に見積もるための時間を要するため、当期純利益は未定。

単位:百万円	2024年1月期 実績	2025年1月期 予想	増減	前年同期比
売上高	6,433	6,251	-182	-2.8%
営業利益	142	72	-70	-49.4%
経常利益	156	85	-71	-45.5%
当期純利益	194	—	—	—

主なコストの推移見込

- ポイント販売売上に連動して売上原価は減少するが、手数料はメンバーシップの成長を見込んで増加。
- インフラは、BCP対応による複数拠点運用の最適化推進によって減少。
- エンジニア採用を中心に、体制強化は引き続き増加。
- ユーザー満足度向上と配信文化の拡大推進を中心とした投資を見込むため、マーケティングは増加。

単位:百万円	2024年1月期 実績	2025年1月期 予想	増減	前年同期比
売上原価(ユーザー報酬)	3,221	3,078	-142	-4.4%
手数料	1,504	1,527	22	1.5%
インフラ	601	547	-54	-9.0%
体制強化	595	647	52	8.7%
マーケティング	151	176	24	16.1%

2025年1月期業績予想に対する進捗

- 売上高は想定範囲内の進捗だが、売上総利益が計画を上回り、販管費は計画を下回ったため、営業利益と経常利益は期初予想に対して上振れて着地。
- 当期純利益は、現時点での繰延税金資産の回収可能性見積りが困難なため、引き続き、非開示。
- 2Q以降にマーケティング費の増加を見込むため、業績予想に変更なし。

単位:百万円	2025年1月期 予想	2025年1月期1Q実績	進捗率
売上高	6,251	1,577	25.2%
営業利益	72	45	63.5%
経常利益	85	48	56.6%
当期純利益	—	44	—

3 成長戦略

目指す成長の方向性

オーガニック成長をベースに、文化と経済の規模拡大を通して、持続的なサービス成長を実現



- ユーザー満足度向上によってドライブされるオーガニックな成長
- 配信文化の多様性拡大によるプラットフォーム利用者数とコミュニケーション量の増加
- ユーザーの経済活動範囲拡大によるプラットフォーム経済活動参加者とトランザクション数の増加

オーガニック成長

ユーザー満足度を生み出す基盤の強化 & ユーザー満足度を高める施策の深耕

コミュニティ運営=安心

プラットフォームを安心して利用できる環境整備を推進



サービスインフラ=快適

低遅延なユーザー体験を支えるインフラシステムのさらなる進化



キャンペーン・イベント=つながり

限定アイテムや、オンラインゲームイベント等、ユーザーがつながりを感じられる施策の充実

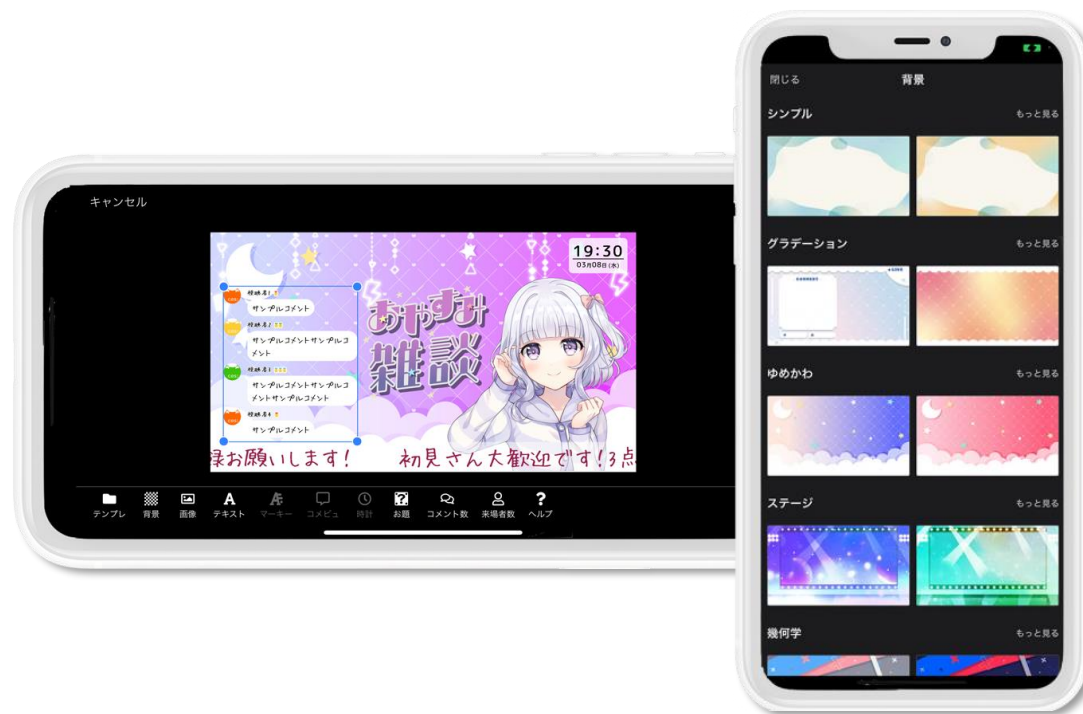


© お文具/講談社

スタジオ配信

リッチな音声配信をスマホ一つで手軽に実現

- 従来はPCで専用ツールを使う必要があった音声配信用のリッチな配信画面を、スマートフォンだけで簡単に作成
- コメントビューワー、時計、来場者数、カウントダウンタイマーなど、様々な定番パーツを直感的に配置
- 200種類以上の人気クリエイターによる素材が無料で利用可能



ツイキャスシアター & シアターパーティ

オンライン共同視聴体験から生まれる新しいコミュニケーション

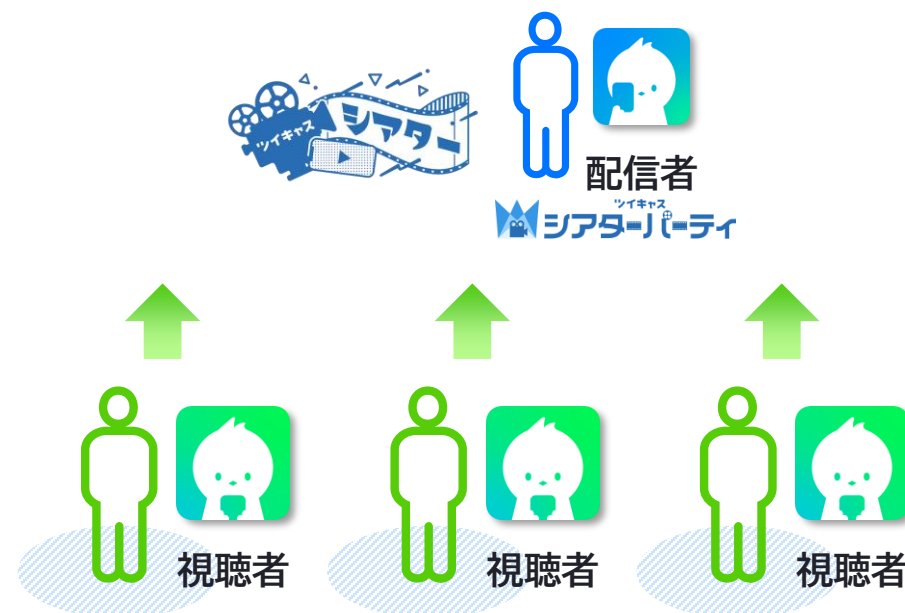
- ツイキャスシアターで人気アニメや映画を不特定多数のユーザーと一緒に無料でオンライン共同視聴
- コメントやアイテムを使って、他のユーザーとリアルタイムにコミュニケーション
- シアターパーティ機能で、配信者はいつでも自分の配信に自分の好きな作品の共同視聴を組み込み可能
- 2024年も、松竹株式会社配給の邦画作品や、人気ホラー作品を中心に、無料放送予定



©2011 映画「八日目の蟬」製作委員会

©2014「超高速!参勤交代」製作委員会

©2016「クリーピー」製作委員会



ツイキャスVV

ユーザー同士が3Dキャラクターで交流できるバーチャル空間



- スマートフォン(iOS & Android)のブラウザだけで手軽に利用可能な、配信を中心に設計された3D空間
- 3Dキャラクターは、予め用意されたものに加えて、他のユーザーが公開登録したキャラクターから自由に選択
- 友達を招待できることはもちろん、知らない人をゲストとして入室させるなど、より広い範囲でコミュニケーションが楽しめる設計
- 3D空間内の大型モニターで、配信中のツイキャスの映像を流し、3D空間内で共同視聴が可能
- ツイキャスVVの映像を、ツイキャス上で手軽にライブ配信可能 ※OBSなどのツールを利用

メンバーシップ

配信者と視聴者のためのファンコミュニティプラットフォーム

- 配信者は、ロイヤリティの高いファンの獲得と安定した収入を確保可能
- 視聴者は、サブスクリプション(月額課金)で継続的に配信者を応援でき、限定コンテンツや配信者とのより密なコミュニケーションなどにより満足度が向上

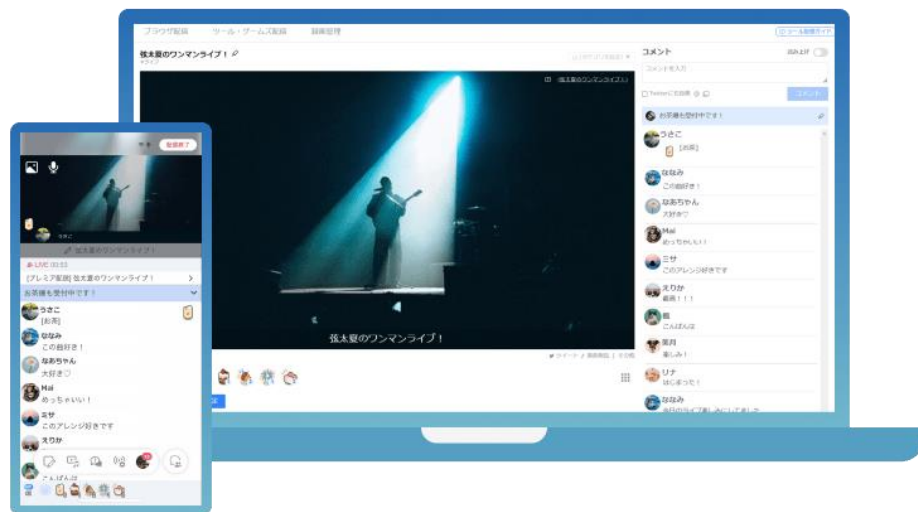


プレミア配信

チケット販売数350万超、チケット流通総額100億円超の有料オンラインライブ配信システム



- 初期費用、基本料金0円で、気軽に有料オンラインライブ配信を開催可能
- 音楽ライブ・コンサートから、トークショー、コント、落語、演劇、スポーツイベントまで、幅広い利用実績
- ライブコンテンツ視聴 x オンラインコミュニケーション、というユーザー体験の提供



※2023年11月末時点



※2023年3月末時点

ツイキャス・グッズ・ファクトリー

配信者が配信で得た収益からオリジナルグッズを制作・販売



ツイキャスアカウント
で面倒な手続き不要



ツイキャスで得た
収益でグッズ制作費
を支払い



手持ちのイラストで、
オリジナルグッズを
簡単制作



自分のライブ配信で
グッズを直接販売



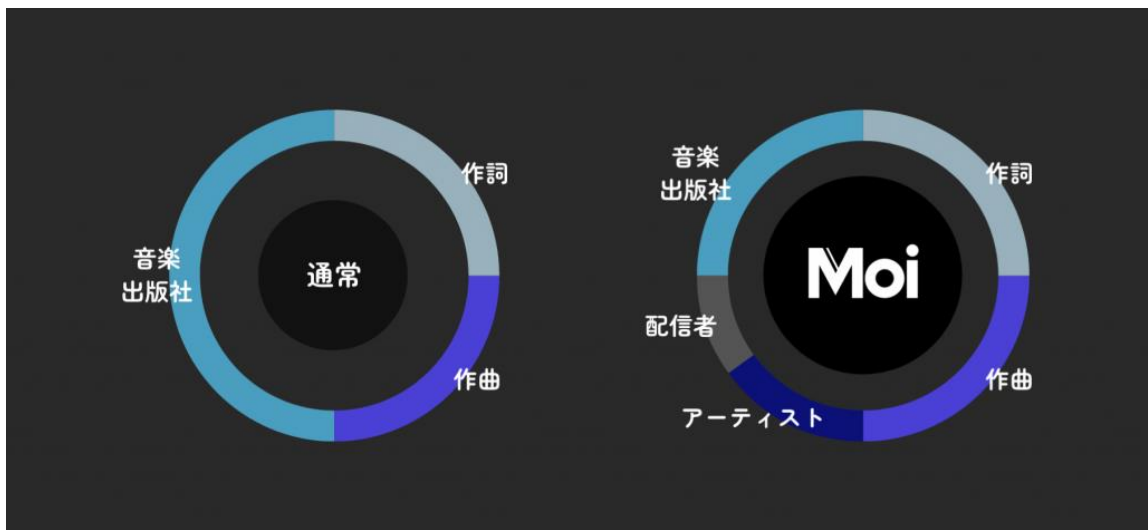
在庫管理も
グッズ発送も
全部お任せ

Moi Records

「ツイキャス」と連動する音楽レーベル

- 通常では楽曲の著作権収益の分配対象にはならなかったアーティストや、その楽曲を配信に利用した配信者にも分配を行うことができる仕組みの構築を推進

- 「ツイキャス」上での楽曲の利用促進、楽曲の流通支援、直接的・間接的な活動支援など、さまざまな形でアーティストをサポート



中長期成長イメージ

オーガニック成長をベースに、文化と経済の規模拡大を通して、持続的なサービス成長を実現

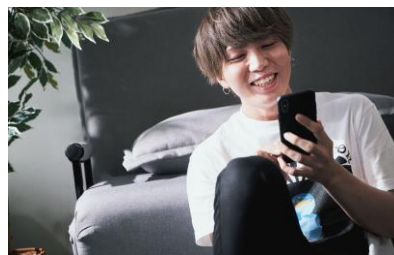
Moi Records



Appendix

会社概要

会社名	モイ株式会社 (Moi Corporation)
設立年月日	2012年2月29日
代表者名	赤松洋介
事業内容	ライブ配信コミュニケーションプラットフォーム「ツイキャス」の企画、開発、運用
従業員	42名(2024年4月末)



Mission

ミッション

人と人をつなげて
世界中の人々の生活を豊かに変えます

Vision

ビジョン

心地よいコミュニケーション空間 = 健全なコミュニティ
を創造し世界中の人々をダイレクトにつなぐ

代表取締役社長 赤松 洋介

- 1994/3 京都大学工学部工学研究科修士課程修了
-
- 1994/4 株式会社オージス総研
オブジェクト技術部 シニアエンジニア
オブジェクト指向DBシステム開発・コンサルティングを担当
-
- 1996/2 スタンフォード大学
Computer Science 客員研究員
Digital Library Projectに参画
-
- 2000/1 サイボウズ株式会社
サイボウズ Office プロジェクトマネージャー
サイボウズ Office の開発・マーケティング全般の総責任者
-
- 2005/8 サイドフィード株式会社 設立 (現 Moi Labs 株式会社)
代表取締役
-
- 2010/2 ライブ配信サービス「ツイキャス」リリース
-
- 2012/2 モイ株式会社 設立
代表取締役社長



マネジメントチーム – 取締役・監査役



取締役 サービス運用本部長
芝岡寛之

サイボウズ株式会社でWebアプリエンジニアを経験。サービス黎明期から当社に参画し、2013年取締役に就任。



取締役 経営管理本部長
入山高光

サイボウズ株式会社で海外事業立上げに従事後、ヤフー株式会社で新規事業開発等を担当。2020年に当社取締役に就任。



社外取締役
本田謙

株式会社フリークアウト代表取締役に就任等を経て、2018年株式会社フリークアウト・ホールディングス代表取締役社長Global CEO就任。2019年当社社外取締役に就任。



常勤監査役(社外)
石崎文雄

Korea University 招聘准教授、南山大学教授等を経て、株式会社Orchestra Holdings常勤監査役などを歴任。2019年に当社監査役に就任。



監査役(社外)
竹内亮

朝日新聞を経て、2008年に弁護士登録後、2019年鳥飼総合法律事務所パートナー就任。2020年より当社監査役に就任。



監査役(社外)
伊藤耕一郎

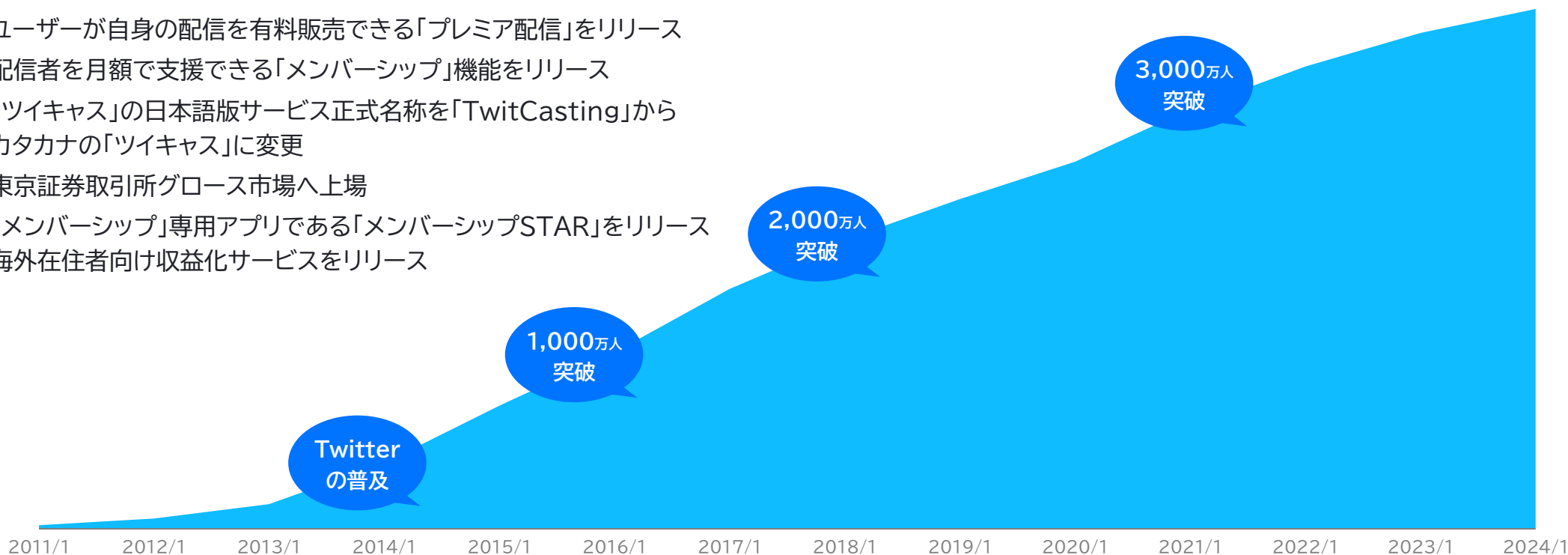
ゴールドマン・サックス証券株式会社、税理士法人プライスウォーターハウスクーパーズを経て独立し、2011年伊藤国際会計税務事務所開業。2020年より当社監査役に就任。

沿革とツイキャストの成長

スマホ・SNSと共に成長 / 若年層・女性が安心 / コミュニケーションにフォーカス

- 2012年2月 サイドフィード株式会社からの会社分割にてモイ株式会社を設立
- 2015年4月 有料チケット販売サービス「キャストマーケット」(現:公式ストア)をリリース
- 2018年6月 ユーザーが「ツイキャスト」を通じて収益化できる「ツイキャスト・マネタイズ」機能をリリース
- 2020年3月 ユーザーが自身の配信を有料販売できる「プレミアム配信」をリリース
- 2020年11月 配信者を月額で支援できる「メンバーシップ」機能をリリース
- 2021年8月 「ツイキャスト」の日本語版サービス正式名称を「TwitCasting」からカタカナの「ツイキャスト」に変更
- 2022年4月 東京証券取引所グロース市場へ上場
- 2022年8月 「メンバーシップ」専用アプリである「メンバーシップSTAR」をリリース
- 2023年8月 海外在住者向け収益化サービスをリリース

ツイキャスト
累計登録ユーザー数*



* サービス開始から2024年1月末までの累積登録ユーザー数。

ライブ配信コミュニケーションプラットフォーム「ツイキャス」の運営

サービス	プラットフォーム	概要
ツイキャス 	iOS ・ Android ・ Web (Browser)	スマホ1台で、誰でも、簡単に、無料で、生放送を配信・視聴できるライブ配信サービス。
公式ストア 		有料のオンラインライブを手軽に開催できる「プレミアム配信」機能を備えたオンラインストア。
メンバーシップ 		視聴者が毎月定額で継続的に配信者を応援できるサブスクリプションサービス。

ツイキャス

ツイキャスとは？

あらゆる人の集まりをオンライン化し、
快適なコミュニケーションを発生させるプラットフォーム



快適なコミュニケーション空間

当社が見据える市場セグメント

ライブ配信の市場規模は1,399億円*5と推定



*1 当社2024年1月期の売上高。

*2 「YouTube」や「ニコニコ動画」などの、消費者や企業が動画を投稿できる動画投稿サービス、および「SHOWROOM」「17 LIVE」など、消費者や企業がライブ配信できるライブ配信サービスに関連する分野を「動画投稿・ライブ配信市場」と定義する。

*3 動画投稿サービスおよびライブ配信サービスにおける「プレミアム会員費」「ファンクラブ会員費」「ギフトリング」「アバター購入費」、動画投稿者・ライブ配信者の「関連イベントへの参加費」「関連グッズの購入費」、動画投稿者・ライブ配信者が宣伝する「商品の購入費」を含めるほか、動画投稿サービスおよびライブ配信サービス上で掲載される「インターネット広告料(広告製作費は除く)」を含む。なお、これらのうち、2019年度の広告費は、電通によるインターネット広告媒体費総額の推計値よりNRIが推計。2020年度以降はNRI予測。

*4 出典:株式会社野村総合研究所「ITナビゲータ2021年版」2020年12月17日発刊

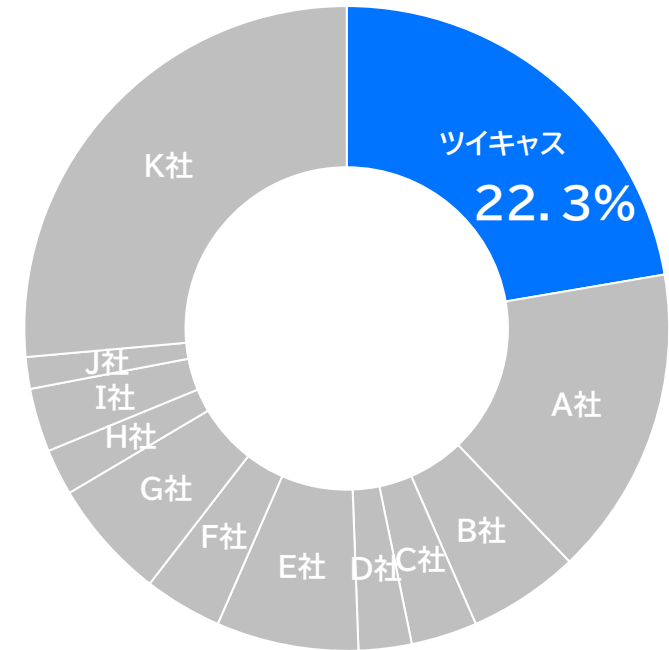
*5 *4における株式会社野村総合研究所による2021年度当該市場規模推計値を前提として、ライブ配信アプリ市場における月間アクティブユーザー数(自社調査による2021年8月時点での集計値)をもとに自社で試算した推計値。

国内ライブ配信アプリ市場における当社サービスのポジション

国内ライブ配信アプリMAU^{*1}シェア22.3%^{*2*3}



主要12アプリにおけるMAUシェア



*1 MAU:月間アクティブユーザー数。

*2 国内ライブ配信アプリ各社のMAU比率は、フラール株式会社が提供するアプリ分析サービスApp Apeから入手した2024年1月末時点の情報を元に自社で集計しております。なお各比率を計算する際に使用した母数は、対象とした12アプリの各MAUの合計となります。

*3 スマートフォンなどを使った動画の生配信及びそれらの視聴を主目的としたアプリが対象となります。YouTube、Instagram、TikTok等、ライブ配信機能を有するSNSサービスについては、対象に含まれておりません。

サービス特徴

エンターテイメント

ゲーム性の高いイベントに課金

当社が得意とする領域

コミュニケーション

「快適」な交流から
生まれる満足度に課金

コンテンツ

著名人・コンテンツの価値に課金

サービスの成長を支える仕組みを構築

- SNS連携を通じた自律的なユーザー基盤の拡大
- 「快適」を支えるコミュニティ運営と独自インフラ
- コミュニケーションから収益が生まれる仕組み

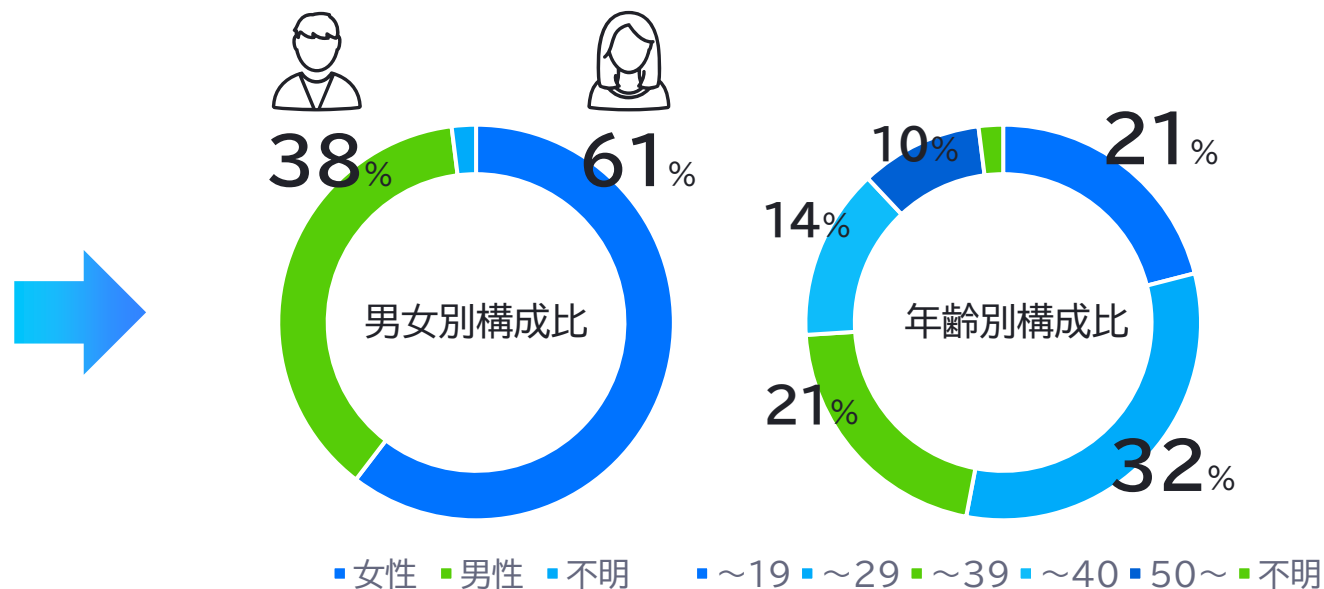
「快適」を支えるコミュニティ運営

10年以上の運営ノウハウと仕組みのシステム化により、女性・若年層が安心できるコミュニティを構築

ユーザーが安心して使えるコミュニティとそれを支える健全な運営システム



女性比率が高く、10代・20代が中心、30代も増加傾向



* ユーザーの性別分布及び年齢分布は、2023年2月1日から2024年1月31日までの1年間を対象とした実績値を集計しております。集計データは全て、フラール株式会社が提供するアプリ分析サービスApp Apeから入手したものを利用しております。

「快適」を支える独自インフラ

大規模な双方向コミュニケーションを低遅延で実現

- 1 オンプレミスによる大規模&低コスト運用の実現
- 2 クラウド併用による柔軟な拡張性
- 3 スマホ・遅延に特化した独自のシステム設計
- 4 配信システムのBCP対応による事業継続性の強化



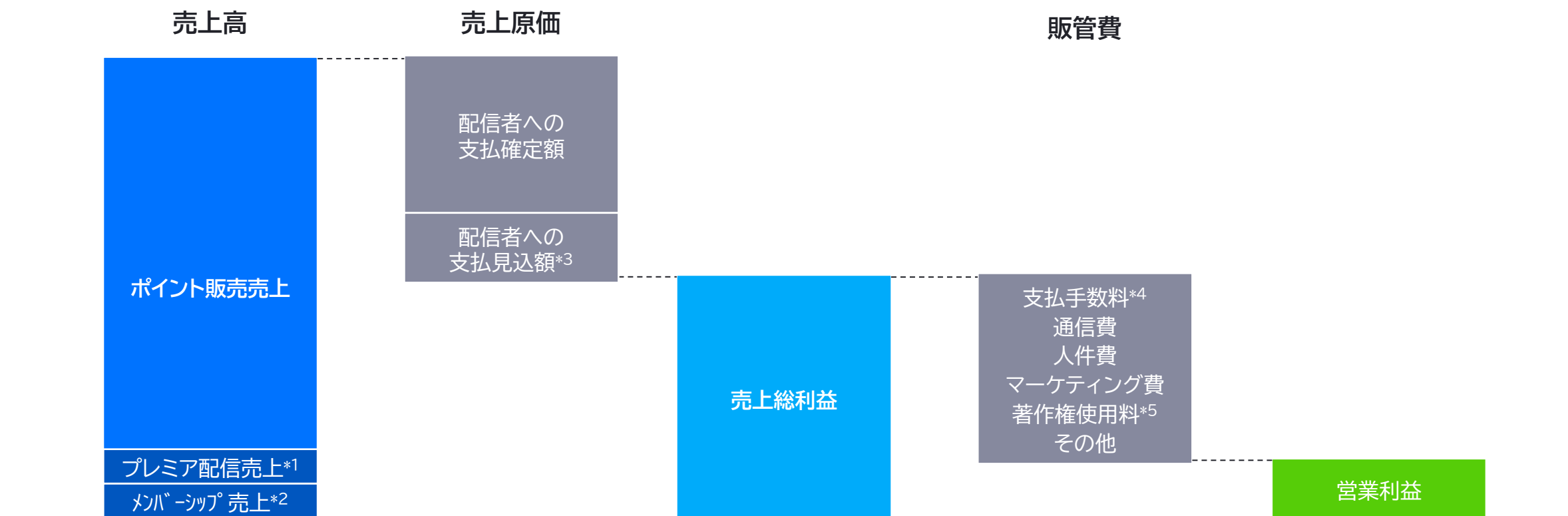
低コスト



大規模

低遅延 = 快適なコミュニケーション
による満足度の向上

収益構造



*1 公式ストアにおけるチケット・コンテンツ販売手数料売上等となります。2024年1月期における売上高全体に占める割合は3.8%となります。

*2 メンバーシップ販売手数料売上となります。2024年1月期における売上高全体に占める割合は4.2%となります。

*3 将来に配信者へ支払を行う可能性の高い金額のうち、一定額を見込額として売上原価計上しております。

*4 Apple、Googleなどのプラットフォームに対して支払う決済手数料になります。

*5 音楽著作権等の利用に伴いJASRAC、NexTone等に対して支払う使用料等になります。

業績の実績推移

単位:千円	第8期 (実績)	第9期 (実績)	第10期 (実績)	第11期 (実績)	第12期 (実績)
	2020年1月	2021年1月	2022年1月	2023年1月	2024年1月
売上高	2,359,209	5,479,467	6,552,032	6,607,710	6,433,375
売上原価	1,046,219	2,800,414	3,313,094	3,304,754	3,221,159
売上総利益	1,312,989	2,679,053	3,238,937	3,302,955	3,212,216
販売費及び一般管理費	1,510,720	2,812,713	3,036,833	3,198,601	3,069,557
営業利益又は営業損失(△)	△ 197,730	△ 133,660	202,103	104,354	142,658
経常利益又は経常損失(△)	△ 190,230	△ 136,237	206,214	105,310	156,724
税引前当期純利益又は当期純損失(△)	△ 186,208	△ 136,237	206,176	105,310	148,646
当期純利益又は当期純損失(△)	△ 193,828	△ 146,616	246,652	53,425	194,105

主要KPI(実質売上総利益・ポイント販売売上・ポイントPU・ポイントARPPU)



主な事業等のリスクについて

リスク	リスク概要	顕在化の可能性／影響度	当社対応方針
業界の成長性	当社の属するインターネット業界におけるライブ配信市場は、日々進化しており、国内外の経済状況はもとより、関連する法規制や新たな法規制等の出現や個人の嗜好等の変化に大きな影響を受ける傾向にあります。これに伴い、当該市場の成長が鈍化した場合、当社の事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	小／中	市場調査やユーザー問合せ対応等を通して、本リスクが顕在化する可能性、時期、程度等を早期に把握し、必要な対応を適宜適切に行うことに努めております。
売上にかかる第三者への依存	当社が提供するスマートフォン用アプリは、Apple Inc.及びGoogle Inc.といったプラットフォーム運営事業者を介して一般ユーザーに提供されており、代金回収やシステム利用、ユーザー獲得等において、かかるプラットフォーム運営事業者に相当程度依存しております。これらの事業者との契約継続が困難となった場合、当社の事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	小／大	本リスクの顕在化を防止するために、かかるプラットフォーム運営事業者との良好な関係構築や適時な情報収集及び対応に努めております。
サービスの健全性の維持	当社の提供するサービスは、不特定多数のユーザーが、配信者と視聴者、それぞれの立場から、リアルタイムでオンラインコミュニケーションを行うプラットフォームを提供することをその基本的性質としています。そのため、ユーザー間のコミュニケーションや行為等で発生した諸問題により、当社及び当社が提供するサービスに対する信頼性が低下し、ユーザー離れにつながる可能性があります。更に、当社もプラットフォームを提供する者としての責任を問われた場合、当社の企業イメージ、信頼性の毀損、ひいては当社の事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中／大	サービスの利用規約において、ユーザーが各種の問題行為、違法行為を当社サービスで行うことを禁止しております。また、通報制度の整備・運用、機能面では、特定のユーザーや単語をブロックする機能、特定のユーザーのみが視聴できる機能等の提供をしております。さらに、ユーザー間のコミュニケーションに対するモニタリング体制を構築しており、社内でのユーザーサポート人員の確保・教育、及び外部監視委託業者を利用し、監視体制の強化を図っております。
一部機能にかかる第三者への依存	当社は、ユーザーの利便性向上を目的とし、X Corp.及びGoogle Inc.といった第三者が提供する複数のAPIサービスを利用しており、その一つとして、ユーザーが第三者の提供するサービスのアカウントの情報を利用して当社サービスにログインできる機能を提供しております。従来通り当社が第三者のAPIサービスを利用したアカウントの登録機能・ログイン機能を提供できなくなった場合、ユーザーはポイントを購入しにくくなり、ひいては、当社の事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中／大	当社では、第三者のAPIサービスに依らない当社サービス独自のアカウント登録・ログイン方法の提供、第三者のAPIサービスが利用できなくなった場合に備えた当該第三者サービスのアカウント情報及び当社サービスに登録した方法によりログイン可能とする方法の提供をしております。
システムトラブル	当社サービスへのアクセスの急増などの一時的な過負荷、外部連携システムにおける障害、自然災害、DDoS攻撃等の悪意のある第三者によるサイバー攻撃など、当社の予測不可能な様々な要因によってコンピュータシステムがダウンした場合、復旧等に際して特別な費用負担を強いられることにより、当社の利益が減少する可能性があります。	中／大	システムトラブルの発生可能性を低減するために、安定的運用のためのシステム強化、冗長化、セキュリティ強化を徹底しており、継続的なシステム等への設備投資を行っております。また、当社は、事業を運営するためのシステムを外部事業者が保有するデータセンターに設置し、セキュリティ強化による不正アクセス対策や、データのバックアップ、冗長化の体制を構築しております。

※事業等のリスクについて、有価証券報告書に掲載のリスクの中から、当社が特に重要と考えているリスクを抽出して記載しております。その他の事業等のリスクについては、有価証券報告書「第一部【企業情報】第2【事業の状況】2【事業等のリスク】」に記載しております。

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

本資料は当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断において行っていただくよう、お願いいたします。